



ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

О. А. Елина, Е. А. Дедусенко

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье авторы опираются на существующие исследования и теории, подтверждающие наличие прямой взаимосвязи между предпринимательством и экономическим развитием. Традиционно предпринимательство рассматривалось как сфера деятельности для взрослых и опытных людей, что находило отражение в законодательстве России, согласно которому заниматься предпринимательством можно только с 18 лет. Однако современные тенденции показывают, что более молодое поколение с оптимизмом смотрит на создание своего бизнеса, не боится рисковать и предпочитает запускать стартапы, а не выстраивать долгосрочную карьеру по найму, демонстрируя высокую предпринимательскую активность. Существующее законодательство Российской Федерации позволяет вести предпринимательскую деятельность с 14 лет, однако исследования в этой области до сих пор не уделяют должного внимания возрастной категории 14–17 лет. В рамках данного исследования авторы провели опрос среди молодежи этой возрастной группы с целью выявления их мотивации к ведению бизнеса. Для разработки опросника были использованы данные, полученные из ранее проведенных исследований Глобального мониторинга предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor – GEM), что позволило сформулировать вопросы, провести мониторинг и сопоставить результаты с предпринимательской активностью других возрастных групп. Полученные данные о высокой предпринимательской активности молодого поколения, по мнению авторов, связаны с изменением социальных установок и доступом к образовательным ресурсам, способствующим предпринимательским инициативам. Для дальнейшего развития предпринимательства в России важно учитывать особенности юных предпринимателей 14–17 лет при разработке программ поддержки, направленных на формирование необходимых навыков и знаний для эффективного ведения бизнеса. Создание благоприятной среды для молодежного предпринимательства может стать ключевым фактором в экономическом развитии страны.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, Глобальный мониторинг предпринимательства, предпринимательская экосистема, экономический рост, рыночные механизмы.

BUSINESS ACTIVITIES OF YOUNG PEOPLE AS FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT

Olga A. Elina, Elena A. Dedusenko

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

In the research the authors relied on available investigations and theories that reaffirm direct interrelation between entrepreneurship and economic development. Traditionally entrepreneurship was considered as a field of activities for grown-up and experienced people, which was fixed in legislation of Russia stating that only people over 18 can run business. However, current trends show that younger generation is quite optimistic about starting their business, not afraid of risk and prefers start-ups but not long-term carriers in employment and thus demonstrates high entrepreneurial activities. The present legislation of the Russian Federation permits to run business from the age of 14, however investigations in the field have not paid adequate attention to the age category 14–17 yet. Within the frames of the research the authors conducted survey among young people of this age group in order to find out their motivation to running business. To work out the questionnaire the data obtained in the earlier research by the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) were used, which helped formulate questions, carry out monitoring and compare findings with business activities of other age groups. According to the authors, the information about high

business activities of younger generation is connected with changes in social orientation and access to education resources promoting entrepreneurial initiatives. To provide further development of entrepreneurship in Russia it is necessary to take into account specific features of young business people aged 14-17 in elaboration of support programs aimed at shaping required skills and knowledge for effective business. Creation of favorable environment for younger entrepreneurship can become a key factor for economic development of the country.

Keywords: young people entrepreneurship, the Global Entrepreneurship Monitor, business ecosystem, economic growth, market tools.

Введение

Предпринимательская активность является важным индикатором общественного благосостояния и двигателем экономического роста. Предпринимательство играет ключевую роль в экономическом развитии, оказывая влияние на рост, инновации и создание рабочих мест.

Австрийский экономист Йозеф Шумпeter исследовал связь между предпринимательством и экономическим ростом. Он рассматривал предпринимательство как движущую силу экономического развития. В своих работах «Теория экономического развития» (1911) и «Капитализм, социализм и демократия» (1942) он доказывал, что предприниматели-новаторы, внедряющие инновации, являются ключевым фактором экономического роста [13; 14]. Американский экономист и теоретик менеджмента Питер Друкер в книге «Инновации и предпринимательство» (1985) подчеркивал важность предпринимательства для экономического развития, рассматривая предпринимателей как двигателей инноваций [3]. Американский экономист, представитель австрийской школы Израэль Кирцнер в работе «Конкуренция и предпринимательство» (1973) анализировал роль предпринимательской бдительности в обнаружении и использовании рыночных возможностей, что способствует эффективному распределению ресурсов и экономическому росту [5]. Американский экономист Уильям Баумоль в статье «Предпринимательство: продуктивное, непродуктивное и разрушительное» (1990) классифицировал предпринимательство по его влиянию на экономический рост, подчеркивая необходимость создания институциональной среды, поощ-

ряющей продуктивное предпринимательство [1]. Американский экономист Дэвид Берч известен исследованиями роли малых и средних предприятий в создании рабочих мест и экономическом росте. В работе «Роль малых предприятий в создании рабочих мест» (1979) он показал, что большинство новых рабочих мест создается именно малыми фирмами [15]. Эти исследования внесли значительный вклад в понимание предпринимательства как ключевого фактора экономического развития, подчеркивая важность инноваций, эффективного распределения ресурсов и создания благоприятной институциональной среды для предпринимательской деятельности.

В современном исследовании «Влияние предпринимательства на экономический рост (на примере КНР)» [10] рассматривается взаимосвязь между предпринимательством и экономическим ростом, подчеркивая, что экономические эффекты зависят не только от типа предпринимательства, но и от рыночных условий. Исследование акцентирует внимание на роли инновационных предприятий в стимулировании экономического развития, особенно в условиях переходного периода.

В исследовании «Мотивационная типология российского предпринимательства» [8] выделены различные группы мотивов, которые влияют на предпринимательскую деятельность в России. Автор подчеркивает, что в отличие от западных стран, где внутренние факторы играют ключевую роль, российские предприниматели больше ориентированы на внешние обстоятельства, что может влиять на общую предпринимательскую активность и, соответственно, на экономическое развитие. В исследовании «Предпринимательская

активность индивида и факторы, ее стимулирующие» [2] показано, как рамочные условия предпринимательства становятся важными стимулами для экономического развития, особенно в инновационно ориентированных экономиках. Авторы подчеркивают необходимость оценки потенциала предпринимательского сообщества и выявления факторов, способствующих или сдерживающих его развитие.

В экономике современной России предпринимательство способствует экономическому росту через несколько механизмов. Во-первых, новые предприятия создают рабочие места, что увеличивает уровень занятости и доходы населения. Это в свою очередь ведет к увеличению потребительского спроса и стимулирует дальнейшие инвестиции в экономику.

Во-вторых, предприниматели часто внедряют инновации, что повышает производительность и конкурентоспособность. Инновационные компании способны быстрее адаптироваться к изменениям на рынке, что делает их более устойчивыми к экономическим колебаниям. Например, в условиях рыночной экономики, как показано на примере Китая, предпринимательство, основанное на технологических прорывах, может значительно ускорить преобразование инноваций в реальную производительность [10].

Исследование условий, способствующих развитию предпринимательства, также имеет важное значение. Эффективная финансовая система, доступ к ресурсам и поддержка со стороны государства могут значительно повысить уровень предпринимательской активности. В странах с развитыми рамочными условиями для бизнеса наблюдается более высокий уровень инноваций и экономического роста.

Более того, в условиях инновационной экономики такие рамочные условия становятся даже более значительными, чем в традиционных моделях, что подчеркивает необходимость создания благоприятной среды для предпринимателей [8].

Таким образом, предпринимательская активность является важным фактором экономического развития. Она не только способствует созданию рабочих мест и внедрению инноваций, но и требует создания благоприятных условий для своего функционирования. Взаимосвязь между предпринимательством и экономическим ростом является динамичной и многофакторной, что подчеркивает необходимость дальнейших исследований в этой области для оптимизации политики поддержки предпринимательства.

Драйверами предпринимательской активности в России являются внешние (экзогенные) факторы – стимулы и внутренние (эндогенные) факторы, определяемые уровнем мотивации предпринимателей.

Внешние стимулы включают:

- государственную поддержку в виде финансовых мер (субсидии, гранты, льготные кредиты), упрощения административных процедур, защиты прав предпринимателей и создания благоприятной правовой среды [6; 12];

- уровень развития рыночных механизмов в России, который обеспечивает доступ к ресурсам и возможностям для ведения бизнеса, особенно в сферах инновационного и технологического предпринимательства;

- наличие эффективной финансовой системы и доступ к капиталу, необходимому для запуска и развития предприятий.

На современном этапе государство играет важную роль в стимулировании предпринимательства в России, обеспечивая поддержку через различные программы и меры, направленные на развитие малого и среднего бизнеса.

Государственные программы поддержки малого предпринимательства включают в себя финансовые меры, такие как субсидии, гранты и льготные кредиты. Эти меры помогают предпринимателям справляться с финансовыми трудностями, особенно в условиях экономических кризисов и санкций. Например, в 2024 г. были предусмотрены различные формы под-

держки, включая компенсацию расходов на покупку российского программного обеспечения и поддержку в сфере ИТ [7].

Государство также работает над упрощением процедур регистрации и лицензирования бизнеса. Ликвидация административных барьеров и упрощение налогового бремени – важные шаги для создания более благоприятной среды для предпринимательства. Это позволяет предпринимателям сосредоточиться на развитии своего бизнеса, а не на преодолении бюрократических препятствий [7; 12].

Надежная правовая система и защита прав предпринимателей являются критически важными для стимулирования предпринимательской активности. Государственные меры, направленные на защиту прав и интересов предпринимателей, способствуют созданию уверенности в ведении бизнеса и привлечению инвестиций. Безопасность прав собственности и защита от недобросовестной конкуренции являются важными факторами, влияющими на решение о начале и развитии бизнеса [7; 12].

На уровне регионов также реализуются программы поддержки, которые учитывают специфические потребности местного бизнеса. Это может включать в себя представление информации о доступных льготах и субсидиях, а также организацию мероприятий для повышения квалификации предпринимателей.

Таким образом, роль государства в стимулировании предпринимательства в России многогранна и включает финансовую поддержку, упрощение административных процедур, правовую защиту и региональные инициативы. Эти меры направлены на создание благоприятной среды для развития бизнеса, что в свою очередь способствует экономическому росту страны.

Внутренние стимулы основаны на личных качествах, мотивах и ценностях предпринимателей [2; 9], таких как:

1. Стремление к самореализации, реализации своих идей и проектов, получение

удовлетворения от достигнутых результатов.

2. Желание независимости и автономии в принятии решений, управлении своим временем и деятельностью.

3. Потребность в достижении, получении социального статуса и признания за счет успехов в предпринимательской деятельности.

4. Готовность к риску и преодолению трудностей, вызовов, которые сопровождают предпринимательство.

5. Возможность постоянного обучения и профессионального развития, повышения квалификации в своей сфере.

Стимулирование предпринимательской активности в России требует комплексного подхода, сочетающего меры государственной поддержки с развитием внутренней мотивации и личностных качеств потенциальных предпринимателей.

Материалы и методы

В настоящее время в научных исследованиях рассматриваются тенденции развития предпринимательства в контексте экосистемного подхода, который затрагивает разные аспекты и системные эффекты, например, источники финансирования бизнеса, государственную поддержку в виде программ и грантов, научные исследования и разработки, инфраструктуру бизнеса, культурные и социальные нормы [16]. В связи с этим в формировании предпринимательской экосистемы участвуют разные заинтересованные лица или стейкхолдеры, например, регуляторы рынка, общественные организации, образовательные и научные учреждения, акселераторы, предприниматели.

Регуляторам разных стран и другим стейкхолдерам требуется достоверные данные для принятия ключевых решений, поддерживающих бизнес-среду и способствующих развитию предпринимательских экосистем во всем мире. Официальная статистика собирает информацию и создает количественную информационную базу, но практически не затрагивает

психологические и социально-демографические аспекты предпринимательства, связанные с началом бизнеса. Для составления полной картины предпринимательской экосистемы важно выйти за рамки официальной статистики и посмотреть на тренды бизнеса, учитывая мнения самих предпринимателей. Для реализации этой цели полезным инструментом является мониторинг предпринимательской активности, в основе которого лежит анкетирование потенциально активного населения и действующих предпринимателей.

В целом мониторинг предпринимательской активности можно проводить на разных уровнях: международном, национальном, региональном. Например, на международном уровне известен Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor – GEM) как источник качественных и количественных данных о предпринимателях из разных стран. Данный международный опрос анализирует поведенческие аспекты предпринимателей в возрасте от 18 до 64 лет.

Практическая польза информационной базы GEM очевидна:

- ученые могут использовать методологические подходы GEM в изучении предпринимательства на национальном уровне;
- регуляторы могут разрабатывать более обоснованные решения, помогающие бизнесу и предпринимательским экосистемам процветать;
- предприниматели могут использовать данную аналитику для лучшего понимания, куда инвестировать ресурсы и как повлиять на стейкхолдеров, чтобы получить необходимую поддержку;
- инвесторы могут не только получать необходимую информацию, но и повышать свой авторитет благодаря сотрудничеству с GEM;
- наконец, международные организации могут применять данную аналитику в качестве ориентира для разработки собственной стратегии [18].

Рассмотрим некоторые особенности модели GEM. Во-первых, эта модель, как отмечалось выше, фокусируется на взрослом трудоспособном населении в возрасте от 18 до 64 лет. Во-вторых, методом получения информации является анкетирование данной группы (Adult Population Survey – APS). Модель GEM предполагает изучение поведенческих факторов предпринимательства, например, восприятия условий для создания бизнеса в регионе или стране; оценки знаний, квалификации и опыта, необходимых для начала бизнеса; привлекательности предпринимательства. Согласно модели GEM, основным показателем уровня предпринимательской активности является общая предпринимательская активность на ранней стадии (Total early-stage Entrepreneurial Activity – TEA), или доля взрослого населения в конкретной экономике, которое начинает или управляет новым бизнесом [17].

В теории и практике предпринимательства старт – это наиболее сложный период для начала бизнеса в силу рыночных и психологических факторов, неопределенности результата и разного отношения к риску. С точки зрения стадий создания стартапа или бизнес-проекта данный период может включать предварительную стадию (Pre-Seed Stage), начальную стадию (Seed Stage) и раннюю стадию (Early Stage).

Предварительная стадия бизнес-проекта (Pre-Seed Stage) включает разработку бизнес-идеи и маркетинговые исследования. На этой стадии важно подтвердить гипотезу, что предпринимательская идея является востребованным решением для клиента. Начальная стадия бизнес-проекта (Seed Stage) затрагивает вопросы привлечения финансовых ресурсов, подтверждения жизнеспособности бизнес-модели, тестирования и прототипа (минимально жизнеспособного продукта – MVP). Ранняя стадия бизнес-проекта (Early Stage) включает привлечение дополнительных ресурсов, доработку MVP, расширение клиентской базы, рост доходности бизнеса [4].

С другой стороны, ранний период предпринимательской активности идеально подходит для проверки гипотез. Как отмечают эксперты Фонда развития интернет-инициатив (ФРИИ), гипотезы можно проверять количественными и качественными методами, например, А/В-тестированием, опросами, юзабилити-тестированием, формированием фокус-групп, проведением проблемных интервью с клиентами и Jobs To Be Done интервью [11].

Одно из последних исследований предпринимательской активности в России по модели GEM показало, что 36% экономически активных россиян в возрасте от 18 до 64 лет имеют или имели отношение к предпринимательству. Так, 15% респондентов владели бизнесом, но не владеют им сейчас, а 21% респондентов вовлечены в предпринимательство на момент исследования. Группа опрошенных, вовлеченных в предпринимательскую деятельность (21%), обладает следующими особенностями:

- 63% респондентов – это мужчины;
- 46% респондентов имеют высшее образование;
- 55% респондентов в возрасте 31–49 лет.

Авторы исследования учли возрастные ограничения модели GEM и проанализировали более молодую группу предпринимателей в возрасте 14–17 лет. Нам было интересно узнать мотивацию и отношение молодых респондентов к предпринимательству как карьерному выбору. Расширив вопросы по модели GEM, нами была разработана анкета, включающая следующие вопросы с выбором вариантов ответов:

1. Сколько Вам лет?
2. Укажите Ваш пол.
3. Как Вы относитесь к предпринимательству и предпринимательскому образованию?
4. Есть ли у Вас опыт предпринимательской деятельности?
5. В моей стране легко начать бизнес?

6. Я знаком с тем, кто открыл бизнес и развивает его в последние 2 года.

7. В ближайшие 6 месяцев есть хорошие возможности для открытия бизнеса в моем регионе.

8. У меня есть знания, навыки и опыт, чтобы начать свой собственный бизнес.

9. Как Вы относитесь к риску в предпринимательской деятельности?

10. Планируете ли Вы открыть свое дело в ближайшие 3 года?

Результаты

В рамках данного исследования нами были использованы методы качественного и количественного анализа. Проведенный опрос (мониторинг) предпринимательской активности среди школьников в возрастной группе 14–17 лет с помощью анкетирования в Google Form позволил сделать ряд выводов.

Опрос проводился за период с мая 2024 г. по декабрь 2025 г., количество участников – 2 765 человек. Основной регион проживания респондентов – Москва и Московская область. Вопросы анкеты затрагивали следующие характеристики целевой аудитории: социально-демографические характеристики респондентов; интерес к предпринимательству и предпринимательскому образованию; опыт предпринимательской деятельности; качество среди бизнеса глазами школьников; окружение и знакомство с предпринимателями, отношение к риску и планы по открытию своего дела.

Общие социально-демографические характеристики (возраст, пол), которые представлены на рис. 1, показывают, что возрастная подгруппа 16–17 лет наиболее активная в предпринимательстве (90%) среди опрошенных школьников, мотивированная на создание своего дела, а женский пол составляет 67% от опрошенных респондентов.

В целом 70% опрошенных школьников положительно относятся к риску в предпринимательстве и готовы начать бизнес, даже если оценивают его высокие риски (рис. 2).

Данную группу респондентов (70%) мы классифицировали по трем сегментам:

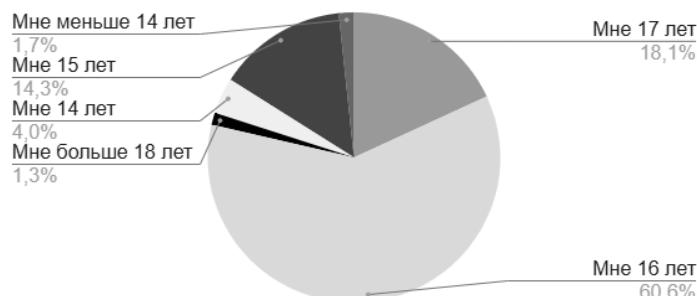
1. Сегмент 1 «Активные» (вовлечены в предпринимательство), т. е. школьники, которые перешли от разработки идеи, бизнес-планирования и тестирования к конкретным действиям.

2. Сегмент 2 «Начинающие предприниматели» (тестируют MVP, разрабатывают

бизнес-план), т. е. респонденты, которые находятся на стадии, где пока отсутствует монетизация бизнес-идеи.

3. Сегмент 3 «Интересуются предпринимательством», т. е. участники опроса, которые активно изучают контент, связанный с предпринимательством, и имеют хорошую мотивацию для старта собственного бизнеса (рис. 3).

Сколько Вам лет?



Укажите Ваш пол

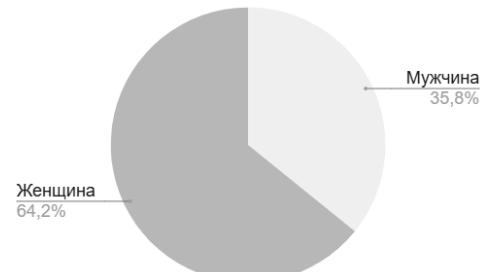


Рис. 1. Распределение по возрасту и полу опрошенных респондентов 14–17 лет

Как Вы относитесь к риску в предпринимательской деятельности?

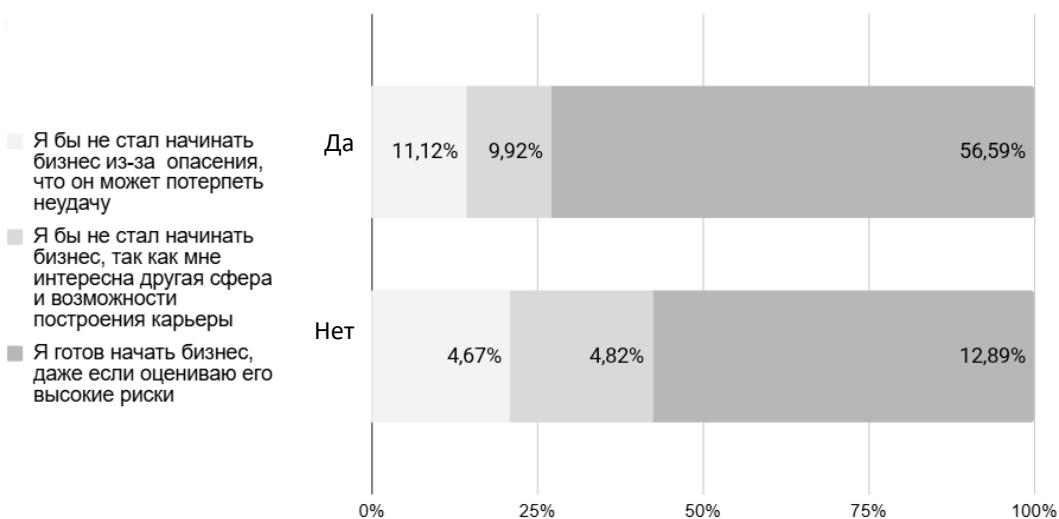


Рис. 2. Отношение к риску среди опрошенных респондентов 14–17 лет

Также мы выделили еще четвертый сегмент «В поиске будущей занятости» (30% от опрошенных) – это те школьники, которые пока рассматривают разные виды за-

нятости и источники получения дохода. В целом мы видим высокую мотивацию респондентов 14–17 лет работать на себя, создавать самостоятельно продукты и ух-

дить от традиционных видов занятости к более свободным. Как отмечалось выше, самое сложное в предпринимательстве на уровне отдельного индивида – это перейти от бизнес-планов к активным действиям.

Результаты нашего исследования показывают, что каждый 10-й школьник на момент опроса активно монетизирует свои знания и умения.

Группы респондентов по отношению к предпринимательству

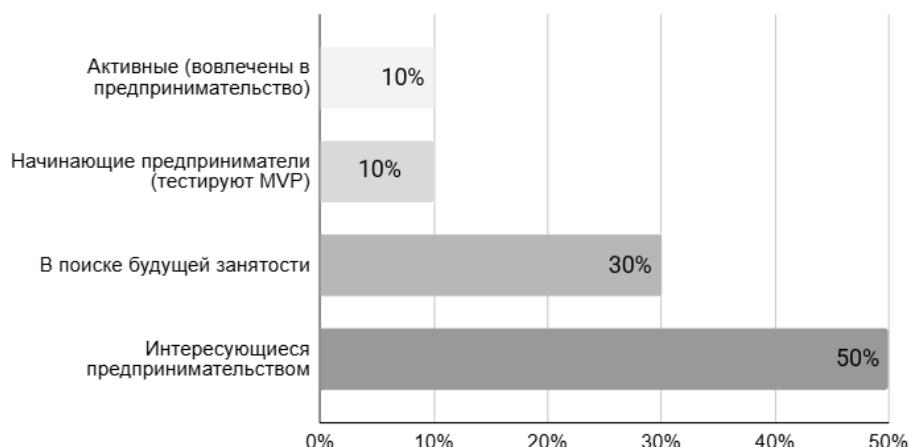


Рис. 3. Предпринимательская активность и мотивация к созданию своего бизнеса среди опрошенных респондентов 14–17 лет

Оценка опыта предпринимательской деятельности респондентов в данной возрастной группе проводилась в контексте стадий создания стартапа (поиск бизнес-идеи, разработка бизнес-плана, создание MVP, выбор формы регистрации бизнеса и монетизация бизнес-идеи стартапа на момент опроса). Затрагивая юридические аспекты предпринимательства (рис. 4), мы

видим, что около 10% опрошенных ведут предпринимательскую деятельность в разных юридических статусах (индивидуальный предприниматель, самозанятый, общество с ограниченной ответственностью), а примерно 70% занимаются поиском идеи для бизнеса, разработкой бизнес-проекта и тестированием MVP, другими словами, проверкой гипотез.

Есть ли у Вас опыт предпринимательской деятельности?



Рис. 4. Предпринимательская деятельность в возрастной группе 14–17 лет

Согласно модели GEM, важными факторами, способствующими созданию своего бизнеса, являются знакомство с тем, кто открыл бизнес и развивает его в последние два года, а также положительная оценка перспектив открытия бизнеса в регионе в ближайшие шесть месяцев.

Результаты проведенного опроса школьников (рис. 5 и 6) подтверждают данную

гипотезу, и мы видим, что более 70% респондентов имеют в качестве положительного примера такое окружение. Можно предположить, что благодаря этому фактору респонденты положительно оценивают потенциал рынка в ближайшие шесть месяцев для открытия своего бизнеса.

Я знаком с тем, кто открыл бизнес и развивает его в последние два года

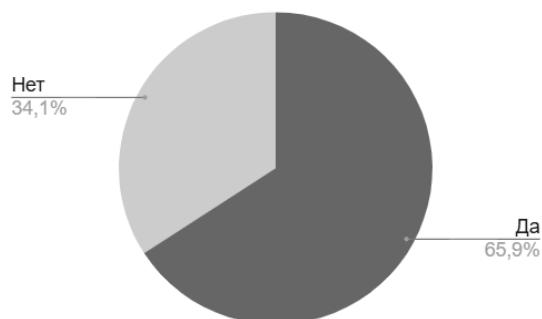


Рис. 5. Окружение, способствующее развитию предпринимательского духа в возрастной группе 14–17 лет

Таким образом, мы видим тенденции популяризации создания своего дела, роста предпринимательской активности среди молодого поколения и комфортного восприятия риска, связанного с данным видом получения дохода. Можно сказать, что предпринимательский дух в нашей стране активно формируется и развивается среди молодых поколений, которые видят текущее разнообразие занятости и получения дохода, начиная от самозанятости и фриланса и завершая созданием ИП и ООО.

Выводы и рассуждения

Для развития предпринимательства в России необходимо продолжать политику создания благоприятных внешних условий со стороны государства. Программы стимулирования предпринимательства должны быть ориентированы:

В ближайшие шесть месяцев есть хорошие возможности для открытия бизнеса в моем регионе

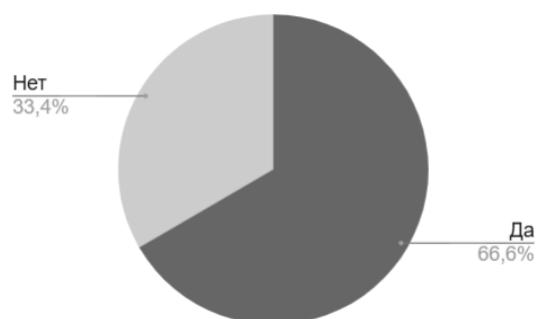


Рис. 6. Оценка перспектив создания бизнеса возрастной группой 14–17 лет

- на снижение налогов и создание современной системы страхования рисков;
- упрощение процедур регистрации и лицензирования бизнеса;
- ликвидацию административных барьеров;
- защиту прав предпринимателей и создание надежной правовой системы.

Одновременно важно поддерживать и развивать внутреннюю мотивацию к предпринимательской деятельности, используя личностные качества и стремления индивидов. Это может стать неограниченным ресурсом повышения общей мотивации к ведению бизнеса в России.

Для дальнейшего развития предпринимательства в России важно учитывать особенности и потенциал юных предпринимателей в возрасте 14–17 лет при разработке программ поддержки, направленных на формирование необходимых навыков и

знаний для эффективного ведения бизнеса. Подростковый возраст является критическим периодом для формирования личностных и профессиональных качеств, которые могут способствовать успешной предпринимательской деятельности. В этом возрасте молодые люди начинают осознавать свои интересы и возможности, что открывает перед ними перспективы для создания собственного бизнеса. Однако для того, чтобы реализовать свой потенциал, им необходимы поддержка и обучение.

Программы поддержки предпринимательства должны быть адаптированы к специфике возрастной группы 14–17 лет и включать в себя:

- обучение основам предпринимательства, которые охватывают ключевые аспекты ведения бизнеса, в том числе финансовое планирование, маркетинг и управление проектами. Это поможет молодым людям не только получить теоретические знания, но и развить практические навыки;
- менторство и наставничество, формирование условий и среды, где опытные предприниматели могут делиться своими опытом и знаниями с молодежью. Это будет способствовать формированию уверенности у юных предпринимателей и поможет им избежать распространенных ошибок;
- доступ к финансированию: молодые предприниматели часто сталкиваются с

трудностями в получении финансирования. Программы, предлагающие гранты или льготные кредиты для стартапов, могут значительно повысить шансы на успех, однако сейчас их круг ограничен;

– создание сетей и сообществ, поддержка инициатив, направленных на создание сообществ молодых предпринимателей, что позволит им обмениваться опытом, находить партнеров и развивать свои идеи в более благоприятной среде.

Учитывая, что молодежь все более активно стремится к созданию собственного бизнеса, поддержка юных предпринимателей не только способствует их личностному и профессиональному развитию, но и имеет большое значение для экономического роста страны.

Развитие предпринимательской активности в этой возрастной группе может привести к созданию новых рабочих мест, внедрению инновационных идей и повышению конкурентоспособности экономики.

Таким образом, для эффективного стимулирования предпринимательства в России необходимо учитывать уникальные особенности и потребности юных предпринимателей, что позволит создать более благоприятные условия для их успешной деятельности и в конечном итоге положительно скажется на экономическом развитии страны.

Список литературы

1. Баумол В. Дж. Предпринимательство: продуктивное, непродуктивное и разрушительное // Журнал политической экономики. – 1990. – № 98 (5). – С. 893–921.
2. Вотчель Л. М., Викулина В. В. Предпринимательская активность индивида и факторы, ее стимулирующие // Научно-практический журнал «Вестник Университета Российской академии образования». – 2018. – № 4. – С. 35–40.
3. Друкер П. Инновации и предпринимательство. – М. : Вильямс, 2007.
4. Кирилов Ю. Г., Коновалов И. А., Енза Э. К. Быстрорастающие компании: качество роста, региональное измерение // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Т. 12. – № 1. – С. 103–118.
5. Кирицнер И. Конкуренция и предпринимательство / пер. с англ. под ред. А. Н. Романова. – М. : ЮНИТИ, 2001.

6. Крицкая М. Госпрограммы поддержки малого бизнеса - 2024. - URL: <https://kontur.ru/articles/4710> (дата обращения: 12.02.2025).
7. Малый бизнес в России. - URL: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/17035/> (дата обращения: 15.09.2024).
8. Мухачева А. Мотивационная типология российского предпринимательства // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. - 2017. - № 3 (83). - С. 89–90.
9. Хрупин И. М. Стимулирование развития предпринимательства на основе мотивационной структуры предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство. - 2012. - № 14 (112). - С. 23–30.
10. Чжан Ш., Кельчевская Н. Р. Влияние предпринимательства на экономический рост (на примере КНР) // Весенние дни науки : сборник докладов международной конференции студентов и молодых ученых. Екатеринбург, 20–22 апреля 2023 года. - Екатеринбург : ООО «Издательский Дом "Ажур"», 2023. - С. 574–578.
11. Шамсиев Р. Тестирование гипотез: процесс и этапы. - URL: <https://sprint.iidf.ru/wiki/produkt/testirovanie-gipotez-protsess-i-etapy/> (дата обращения: 12.02.2025).
12. Шичанин М. Меры господдержки для малого и среднего бизнеса в 2024 году. - URL: <https://www.garant.ru/article/1691600/> (дата обращения: 12.02.2025).
13. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия : пер. с англ. - М. : Экономика, 1995.
14. Шумпетер Й. Теория экономического развития / пер. с нем. В. С. Автономова и др. - М. : Прогресс, 1982.
15. Birch D. G. W. Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work // University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. - 1987. - URL: <https://ssrn.com/abstract=1496185> (дата обращения: 12.02.2025).
16. Entrepreneurship Ecosystem and Its Elements. - URL: <http://www.techstartupschool.com/news/entrepreneurship-ecosystem-and-its-elements.html> (дата обращения: 12.02.2025).
17. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). - URL: <https://www.gemconsortium.org/about/gem/5> (дата обращения: 12.02.2025).
18. Global Entrepreneurship Monitor. 2022/2023 Global Report. Adapting to a "New Normal". - URL: <https://gemconsortium.org/report/20222023-global-entrepreneurship-monitor-global-report-adapting-to-a-new-normal-2> (дата обращения: 12.02.2025).

References

1. Baumol V. Dzh. Predprinimatelstvo: produktivnoe, neproduktivnoe i razrushitelnoe [Entrepreneurship: Productive, Non-Productive and Destroying]. *Zhurnal politicheskoy ekonomiki* [Journal of Political Economy], 1990, No. 98 (5), pp. 893–921. (In Russ.).
2. Votchel L. M., Vikulina V. V. Predprinimatelskaya aktivnost individu i faktory, ee stimuliruyushchie [Entrepreneurial Activities of Individual and Factors Stimulating it]. *Nauchno-prakticheskiy zhurnal "Vestnik Universiteta Rossiyskoy akademii obrazovaniya"* [Academic and Practical Journal 'Bulletin of the University of Russian Academy of Education'], 2018, No. 4, pp. 35–40. (In Russ.).

3. Druker P. Innovatsii i predprinimatelstvo [Innovation and Entrepreneurship]. Moscow, Williams, 2007. (In Russ.).
4. Kirillov Yu. G., Konovalov I. A., Enza E. K. Bystrorastushchie kompanii: kachestvo rosta, regionalnoe izmerenie [Fast-Growing Companies: Quality of Growth, Regional Estimation]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2022, Vol. 12, No. 1, pp. 103–118. (In Russ.).
5. Kirtsner I. Konkurentsya i predprinimatelstvo [Competition and Entrepreneurship], translated from English edited by A. N. Romanov. Moscow, UNITI, 2001. (In Russ.).
6. Kristskaya M. Gosprogrammy podderzhki malogo biznesa – 2024 [State Programs of Small Business Support]. (In Russ.). Available at: <https://kontur.ru/articles/4710> (accessed 12.02.2025).
7. Maliy biznes v Rossii [Small Business in Russia]. (In Russ.). Available at: <https://www.expoctrn.ru/ru/articles-of-exhibitions/17035/> (accessed 15.09.2024).
8. Mukhacheva A. Motivatsionnaya tipologiya rossiyskogo predprinimatelstva [Motivation Typology of Russian Entrepreneurship]. *Izvestiya Dalnevostochnogo federalnogo universiteta. Ekonomika i upravlenie* [Izvestiya of the Far-East Federal University. Economics and Management], 2017, No. 3 (83), pp. 89–90. (In Russ.).
9. Khrupin I. M. Stimulirovanie razvitiya predprinimatelstva na osnove motivatsionnoy struktury predprinimatelskoy deyatelnosti [Stimulating Entrepreneurship Development on the Basis of Motivation Structure of Entrepreneurship Activities]. *Rossiyskoe predprinimatelstvo* [Russian Entrepreneurship], 2012, No. 14 (112), pp. 23–30. (In Russ.).
10. Chzhan Sh., Kelchevskaya N. R. Vliyanie predprinimatelstva na ekonomicheskiy rost (na primere KNR) [The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth (illustrated by the Chinese Peoples' Republic)]. *Vesennie dni nauki: sbornik dokladov mezhdunarodnoy konferentsii studentov i molodykh uchenykh. Ekaterinburg, 20–22 aprelya 2023 goda* [Spring Days of Science: collection of reports of the International Conference of Students and Young Scientists. Yekaterinburg, 20–22 April, 2023]. Ekaterinburg, 'Publishing House Azhur', 2023, pp. 574–578. (In Russ.).
11. Shamsiev R. Testirovanie gipotez: protsess i etapy [Testing Hypotheses: Process and Stage]. (In Russ.). Available at: <https://sprint.iidr.ru/wiki/produkt/testirovanie-gipotez-protsess-i-etapy/> (accessed 12.02.2025).
12. Shichanin M. Mery gospodderzhki dlya malogo i srednego biznesa v 2024 godu [Measures of Support for Small and Medium Business in 2024]. (In Russ.). Available at: <https://www.garant.ru/article/1691600/> (accessed 12.02.2025).
13. Shumpeter Y. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya [Capitalism, Socialism and Democracy], translated from English. Moscow, Ekonomika, 1995. (In Russ.).
14. Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [Theory of Economic Development], translated from German by V. S. Avtonomov et al. Moscow, Progress, 1982. (In Russ.).
15. Birch D. G. W. Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*. 1987. Available at: <https://ssrn.com/abstract=1496185> (accessed 12.02.2025).
16. Entrepreneurship Ecosystem and Its Elements. Available at: <http://www.techstartupschool.com/news/entrepreneurship-ecosystem-and-its-elements.html> (accessed 12.02.2025).
17. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Available at: <https://www.gemconsortium.org/about/gem/5> (accessed 12.02.2025).

18. Global Entrepreneurship Monitor. 2022/2023 Global Report. Adapting to a "New Normal". Available at: <https://gemconsortium.org/report/20222023-global-entrepreneurship-monitor-global-report-adapting-to-a-new-normal-2> (accessed 12.02.2025).

Поступила: 12.03.2025

Принята к печати: 16.05.2025

Сведения об авторах

Ольга Александровна Елина

кандидат экономических наук, доцент,
доцент базовой кафедры Благотворительного
фонда поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова»,
109992, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Elina.OA@rea.ru

Елена Александровна Дедусенко

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры гостиничного
и туристического менеджмента
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова»,
109992, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Dedusenko.EA@rea.ru

Information about the authors

Olga A. Elina

PhD, Assistant Professor, Assistant Professor
of Basic Department of Charity fund for support
of educational programs "Captains" "Innovative
Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 109992,
Russian Federation.
E-mail: Elina.OA@rea.ru

Elena A. Dedusenko

PhD, Assistant Professor, Associate Professor
of the Department of Hotel
and Tourism Management of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 109992,
Russian Federation.
E-mail: Dedusenko.EA@rea.ru